SUP DE CO

EN FORMATION CONTINUE

Programme détaillé

2010-2012

MAJ : 17 janvier 2010

SOMMAIRE

Initiation aux disciplines de base

Initiation à l'Économie Page16

Initiation au droit des entreprises Page 17

La comptabilité et l'analyse financière Page 18

Les concepts de base du marketing Page 19

Les outils bureautiques Page 20

Les outils statistiques Page 21

Structure et management des organisations Page 22

Team Building Page 23

Formations spécialisées

Analyse des données Page 25

Contrôle de gestion et pilotage de la performance Page 26

Développement international et jeu Mondial Manager Page 27

Droit des affaires Page 28

Droit du travail Page 29

English – préparation au Toeic Page 30

English – english communication Page 31

Finance d'entreprise / Corporate Finance Page 32

Initiation à la culture chinoise Page 34

Management des opérations Page 35

Management des Ressources Humaines Page 36

Mise en œuvre des politiques marketing Page 37

Organisation des systèmes d'information Page 39

Stratégie d'entreprise Page 40

Formations avancées

Communication interpersonnelle Page 42

Contrôle de gestion stratégique Page 43

Économie Internationale Page 44

Management du changement Page 45

Marketing international Page 46

Politique de financement des entreprises Page 47

Stratégie de croissance durable Page 48

Stratégie et croissance de l'entreprise Page 49

Options Professionnelles

OP « Création / Reprise d'entreprise » Page 51

OP « Management de projet » Page 53

Formations transverses

Accompagnement personnalisé Page 55

Construire son Projet Professionnel Page 56

Mémoire de recherche Page 57

Préparation Grand Écrit Page 58

RAS (Rapport Analyse Stratégique) Page 60

SESAME Page 61

Simulation de Gestion - MIRAGE Page 62

Initiation aux disciplines de base

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
ECONOMIE – FINANCE	**Initiation à l'Économie** **15 heures**

OBJECTIFS :

Compréhension de la structure et des mécanismes de l'environnement économique de l'entreprise. Maîtrise des instruments fondamentaux de l'analyse économique nécessaires au Marketing, à la finance etc.

CONTENU DU PROGRAMME :

- le circuit économique
- le comportement des ménages
- le comportement des entreprises
- l'équilibre classique
- les équilibres non walrassiens et le chômage
- la monnaie

BIBLIOGRAPHIE :

Polycopiés et notes de cours
DORNBUSCH RUDIGER ET ALII, Macroéconomie, Edisciences International, Paris, 1992.
Lecture en e-learning de certains chapitres de l'ouvrage de : Denis Clerc - Déchiffrer l'économie, coll Repères, ed La Découverte, 2007

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Présentation des thèmes
Recherche personnelle
Exercices d'application

PROFESSEUR REFERENT :

HARDY Patrick
patrick-hardy@orange.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
DROIT DES ENTREPRISES	**Initiation au Droit des Entreprises** **15 heures**

OBJECTIFS :

Mise à niveau équivalente aux connaissances d'un étudiant de 2ème année de droit pour le cours de Droit des Affaires.

CONTENU DU PROGRAMME :

Droit Civil

Introduction générale à l'étude du Droit :

- La règle de droit, l'organisation judiciaire en France et dans la C.E.E., les tribunaux de commerce et l'arbitrage.
- Les biens, le patrimoine.
- Les contrats, la responsabilité contractuelle.
- La preuve.

Droit des Affaires

- Les actes de commerce,
- Les formes d'entreprise :
  - Commerçant, individu, artisan, registre du commerce,
  - Sociétés commerciales
  - Responsabilité civile et pénale du chef d'entreprise.
- Les instruments de paiement.

Sociétés Commerciales

- Sociétés de capitaux : SA, SPA, SARL, SURL,
- Les commissaires aux comptes,
- Modification des structures juridiques,
- Les difficultés de l'entreprise.

BIBLIOGRAPHIE :

RIPERT & ROBLOT : Traité élémentaire de Droit Commercial
JUGLART & IPPOLITO : Cours de Droit Commun, Tome 1, Edition MONCHRETIEN

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Cours et exercices

PROFESSEUR REFERENT :

FADEUILHE Pierre
occfad@free.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
COMPTABILITE-CONTROLE DE GESTION	**La comptabilité et l'analyse financière** **24 heures**

OBJECTIFS :

L'enseignement présente les principes et mécanismes de base de la comptabilité afin que les étudiants maîtrisent le « langage » comptable. A l'issue du module, ils doivent pouvoir comprendre les documents comptables (quelles informations fournissent le bilan, le compte de résultat ou l'annexe ?) et les interpréter (effectuer un diagnostic économique et financier d'une entreprise).

CONTENU DU PROGRAMME :

Le module est divisé en deux parties :

- La comptabilité financière relative à la production de l'information comptable
  Initiation à la logique comptable
  Les échanges courants au sein de l'entreprise
  Modalités d'établissement des documents de synthèse
  Analyse de la liasse fiscale
- L'analyse financière relative à l'interprétation des données et au diagnostic.
  Mise en évidence de la problématique économique et financière de l'entreprise ;
  Analyse de la profitabilité ;
  Analyse de la rentabilité ;
  Analyse des conditions de réalisation de l'équilibre financier ;
  Diagnostic.

BIBLIOGRAPHIE :

INITIATION A LA LOGIQUE COMPTABLE - M. SALVA- éditions VUIBERT
LA GESTION FINANCIERE - H.HUTIN – éditions d'organisation
De nombreux autres ouvrages sont disponibles à la médiathèque.

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Chaque séance comporte une partie théorique et des exercices.
Un important travail personnel est exigé entre deux séances.

PROFESSEUR REFERENT :

SALVA Michel
☎ 05.62.57.66.52
m.salva@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
MARKETING / vente	**Les concepts de base du marketing** **15 heures**

OBJECTIFS :

Acquisition des concepts de base du marketing,
Initiation à la méthode des cas.

CONTENU DU PROGRAMME :

En e-learning, sur Cross Knowledge

S1. Etudier son marché
S2. Comprendre le comportement du Consommateur
S3. Comment segmenter son marché
S4. Qu'est ce que le Marketing Mix
S5. Définir un Positionnement

En séance

S1. 30 Septembre , séance de 3h : présentation du module , et vérification des notions apprises en
e-learning avec, qu'est ce que le Marketing, les études et le comportement du Consommateur, les notions de segmentation et le Positionnement

S2. 14 Novembre , séance de 4h : le Plan Marketing et la méthode des cas, démonstration avec application sur le cas Kelt , cas à lire avant de venir en séance

S 3. 21 Novembre, séance de 3h : application sur un cas, à lire avant de venir en séances, travail en petits groupes pendant la séance

BIBLIOGRAPHIE :

MARKETING MANAGEMENT, de Kotler et Manceau :
2 ème partie : Analyser le marché
3. Rassembler l'information et analyser l'environnement
4. Réaliser des études de marché (pas la partie « prévoir la Demande et mesurer la productivité MKT)
6. Comprendre le comportement du Consommateur
7. Comprendre la clientèle d'entreprise et son comportement d'achat
8. Segmenter son marché, choisir des cibles
4eme partie
10. élaborer un positionnement
FILSER (1994) : Le comportement du consommateur - Lecture obligatoire –
Chapitre préliminaire + 1ère & 2ème partie.

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Discussion, exemples .
Application sur des cas

PROFESSEUR REFERENT :

MIQUEL-BELAUD Nicole
☎ 05.61.29.49.94
n.miquel-belaud@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
MANAGEMENT DE L'INFORMATION	**Les outils bureautiques** **12 heures**

OBJECTIFS :

Le but de ce module est de vous faire découvrir ou approfondir les outils bureautiques et ceux du monde Internet les plus utilisés en entreprise. Apprendre les astuces qui vous feront gagner « temps et efficacité », augmenter votre réactivité, utiliser ces technologies sans craintes.

Notre objectif est aussi d'élargir cette compétence à une utilisation transversale et efficiente de ces outils dans les enseignements que vous suivrez durant de votre scolarité

CONTENU DU PROGRAMME :

- Le tableur : créer des tableaux de bord, des graphiques…
- Le traitement de texte : réaliser des rapports, des comptes-rendus…

BIBLIOGRAPHIE :

Tous les ouvrages de ce domaine que vous trouverez dans les deux médiathèques sont à votre disposition.

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Travaux dirigés basés sur le développement de cas concrets de gestion (Tableau de Simulations Commerciales),
L'essentiel pour créer vos rapports (Mode plan, Style, Table des matières…
Travail personnel basé sur des exercices mis à disposition sur le site « e-learning »

PROFESSEUR REFERENT :

CARDONA Gilbert
☎ : 05 61 29 49 61
g.cardona@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
MANAGEMENT DE L'INFORMATION	**Les outils statistiques** **12 heures**

OBJECTIFS :

Connaître les outils de base pour mener à bien des études statistiques en gestion : enquêtes, étude de marché, étude de corrélation, modélisation

CONTENU DU PROGRAMME :

Statistiques

- Description d'une série statistique
  - Les différents types de variables
  - Calcul des paramètres : moyenne, quartiles, écart-type, min, max,
  - Tableaux de fréquences, tableaux croisés
- Estimation sur un échantillon
  - Calcul de la taille d'un échantillon
  - Calcul des intervalles de confiance
  - Interprétation
- Tests d'hypothèses
  - Comparaison de moyennes et de proportions :
  - Le test du KHI2
- Régression linéaire
  - Etude de la corrélation
  - Régression linéaire simple

BIBLIOGRAPHIE :

METHODES STATISTIQUES EN GESTION, M. TENNENHAUS (Dunod)
STATISTIQUE DESCRIPTIVE, M. Lethielleux (Dunod)
METHODES STATISTIQUES AVEC APPLICATIONS EN GESTION, Gérald BAILLARGEON, SMG
Etudes marketing avec SPSS, Naresh MALHOTRA, coordination Jean-Marc DECAUDIN et Afifa BOUGUERRA, PEARSON EDUCATION

METHODES DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
TD sur tableur EXCEL

PROFESSEUR REFERENT :

GALY Nadine
☎ 05 61 29 49 51
n.galy@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et heures :**
MANAGEMENT DES	**Structure et management des organisations**
RESSOURCES HUMAINES	**15 heures**

OBJECTIFS :

Ce module est une synthèse des deux modules (Psychosociologie et Théorie des Organisations). Il vise à ce que chaque étudiant puisse :

- Intégrer les connaissances de base en matière de comportement des individus et des groupes sociaux,
- Développer des capacités d'analyse du fonctionnement des organisations,

CONTENU DU PROGRAMME :

Introduction aux RH
Introduction au comportement organisationnel et à l'analyse des organisations
Approche psycho-sociologique des organisations

BIBLIOGRAPHIE :

G. AMADO & A. GUITTET, La dynamique des communications dans les groupes, Armand Colin, 1993,
N. AUBERT & al., Management, PUF, 1996,
H. MINTZBERG, Structure et dynamique des organisations, Editions d'Organisation, Paris, 1982,
R.J. VALLERAND & al., Fondements de la psychologie sociale, Editions Gaétan Morin, Québec, 1994.
YF LIVIAN, Organisation théories et pratiques, Dunod, 2001

METHODES DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Cours, études de cas, vidéo, analyse d'articles

PROFESSEUR REFERENT :

DUTECH Annie
☎ 05.61.29.49.80
a.dutech@esc-toulouse.fr

LE DEIST Françoise
☎ 05.61.29.49.63
f.delamare-le-deist@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES	**Team building** **12 heures**

OBJECTIFS

- Proposer des rencontres tissant des liens interpersonnels.
- Faire émerger un cadre de référence et de fonctionnement fondé sur le respect mutuel.
- Investir ses ressources créatives

CONTENU DU PROGRAMME :

- En sous groupes de 3 : échange d'informations à partir de critères préalablement présentés.
- Création d'une présentation, face au groupe, selon des objectifs de restitution proposés individuellement, en lien avec les caractéristiques personnelles de chacun.

- Après répartition du groupe en équipes, proposition du circuit « découverte ».
- Présentation de l'activité « théâtre » : choix des thèmes, constitution des ateliers, création de la soirée, présentation de la soirée au public.
- L'œuvre commune permet de rassembler les valeurs du groupe que chacun exprime face aux autres par un exercice de création visuelle.

METHODE DE TRAVAIL :

Une partie des enseignements est réalisée en e-learning.
Les échanges se déroulent en sous groupes et en grand groupe.
La créativité est encouragée et accompagnée.
Les possibilités de rencontres sont multiples.
Utilisation de la vidéo pour la restitution.

PROFESSEUR REFERENT :

Nom, prénom : BAJARD Jean-Etienne
☎ 06.16.49.38.12
je.bajard@esc-toulouse.net

Formations spécialisées

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
MANAGEMENT DE L'INFORMATION	**Analyse des données** **15 heures**

OBJECTIFS :

- Connaître les principales méthodes d'analyse de données multidimensionnelles utilisées en marketing et en gestion,
- Savoir choisir les méthodes en fonction d'une problématique,
- Savoir interpréter les résultats de ces méthodes,
- Utiliser un logiciel d'analyse de données (SPSS)

CONTENU DU PROGRAMME :

- L'Analyse en Composantes Principales
- Les méthodes de classification,
- Méthodologie d'analyse.

BIBLIOGRAPHIE :

Polycopiés de cours
Polycopiés d'utilisation du logiciel
Initiation à l'analyse de données, J. DE LAGARDE (Dunod)
METHODES STATISTIQUES AVEC APPLICATIONS EN GESTION, Gérald BAILLARGEON, SMG
Etudes marketing avec SPSS, Naresh MALHOTRA, coordination Jean-Marc DECAUDIN et Afifa BOUGUERRA, PEARSON EDUCATION
Méthodes Statistiques en Gestion, M. TENNENHAUS (Dunod)

METHODE DE TRAVAIL :

Cours,
Travaux dirigés et problèmes de synthèse
Applications sur ordinateur (logiciel SPSS)
Travail personnel basé sur des exercices mis à disposition sur le réseau et/ou sur des liens Internet

PROFESSEUR REFERENT :

Nom, prénom : GALY Nadine
☎ 05 61 29 49 51
@ n.galy@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
CONTROLE DE GESTION – COMPTABILITE - AUDIT	**Contrôle de gestion et pilotage de la performance** **30 heures**

OBJECTIFS :

L'objectif de ce module est de faire découvrir aux étudiants les principales méthodes de contrôle de gestion dont disposent les responsables opérationnels pour s'assurer de la maîtrise de leur activité. Le point de vue adopté n'est pas celui du spécialiste de la fonction contrôle de gestion dans l'entreprise mais celui de tout manager souhaitant s'assurer de la contribution de ses unités à la réalisation des objectifs généraux de l'entreprise.

CONTENU DU PROGRAMME :

- La comptabilité de gestion : les différentes approches de calcul des coûts
- Le processus budgétaire
- Analyse des écarts et reporting
- Le pilotage des centres de responsabilité

BIBLIOGRAPHIE :

Ouvrages de référence obligatoires :
MENDOZA, CAUVIN, DELMOND, DOBLER, MALLERET (2002), *Coûts et Décisions*, Gualino Editeur.
GIRAUD ET ALII (2002), *Contrôle de gestion et pilotage de la performance*, Gualino Editeur

Bibliographie complémentaire :
BURLAUD A. & SIMON C., *Comptabilité de gestion –Coûts / Contrôle*, Vuibert Gestion.
BESCOS, DOBLER ET ALII, *Contrôle de gestion et management*, Montchrestien.
BOUQUIN H., *Les Fondements du contrôle de gestion*, Que Sais-Je, PUF.
LORINO PH., *Le Contrôle de gestion stratégique*, Dunod.
ALAZARD C. & SEPARI S., *Contrôle de gestion*, Dunod, coll. Expert Sup.

METHODE DE TRAVAIL :

Cours et études de cas

PROFESSEUR REFERENT :

MISIASZEK Evelyne
☎ 05-62-57-66-71
e.misiaszek@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Modules et heures :**
MARKETING	**Développement international et Simulation Mondial Manager** **30 heures**

OBJECTIFS :

- Acquérir la vision globale d'une opération de développement international,
- Connaître le cadre de développement international des entreprises françaises,
- Aborder l'approche opérationnelle de développement export.

CONTENU DU PROGRAMME :

- Présentation du contexte de Développement International,
- La démarche de Développement International : du diagnostic à l'implantation,
- La prospection internationale,
- La logistique internationale,
- Les risques du Développement International,
- Les financements du Développement International.

BIBLIOGRAPHIE :

- *Exporter*, Pratique du Commerce International, CFCE, Ed. Foucher 2006
- Prime N. et Usunier JC., Marketing International, Développement des marchés et management multi culturel, Vuibert Gestion, 2003
- L'Occident rencontre l'Asie, Vers un management global, Haber D. et Yan Qin V., Vuibert 2005
- Mazerolle F., Les firmes multinationales, Vuibert Ed., 2006
- Les notes bleues de Bercy sur le Commerce Extérieur Français, les opérateurs, les contractions et gains de parts de marché (actualisation annuelle)
- La France face aux délocalisations, La Documentation française, 2005
- Berger S., 2007, Made in Monde, Les nouvelles frontières de l'économie mondiale, Le Seuil Ed., Collection Points
- Risque Pays, COFACE/MOCI 2007

METHODE DE TRAVAIL :

Cours et Mini-Cas

PROFESSEUR REFERENT :

BOUTARY Martine
☎ 05-61-29-49-84
m.boutary@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
DROIT DES ENTREPRISES	**Droit des affaires** **15 heures**

OBJECTIFS :

Fournir aux étudiants les outils élémentaires indispensables pour détecter les risques juridiques encourus dans la vie quotidienne d'une entreprise.

CONTENU DU PROGRAMME :

- La définition de la valeur patrimoniale de l'entreprise à travers la notion juridique de fonds de commerce,
- Les protections des valeurs du fonds de commerce dans son environnement : action en concurrence déloyale, droit de la consommation, baux commerciaux, droits de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles, logiciel),
- Les opérations portant sur le fonds de commerce.

BIBLIOGRAPHIE :

RIPERT et ROBLOT : Traité élémentaire de Droit Commercial
GUYENOT : Le fonds de commerce
HOUIN R. : Droit commercial. Actes de commerce (Dalloz)
RODIERE R. : Droit commercial,
MOUSSERON (Librairie Technique) : Droit de la Distribution,
JUGLART et IPPOLITO : Cours de droit commercial - Tome II - Montchrestien.

METHODE DE TRAVAIL :

Cours
Travaux pratiques

PROFESSEUR REFERENT :

FADEUILHE Pierre
occfad@free.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
DROIT DES ENTREPRISES	**Droit du travail** **15 heures**

OBJECTIFS :

Connaissance des principes élémentaires de la législation du travail,
Initiation à la vie de l'entreprise sous l'angle institutionnel et approche des relations juridiques.

CONTENU DU PROGRAMME :

Cet enseignement s'articule sur un binôme d'intervention : cours et travaux pratiques.
Le cours, de forme classique et à caractère didactique, convient à l'étude des institutions qui régissent la matière, tandis que les travaux pratiques avec participation des étudiants et étude de cas en mini-groupes permettent une approche de cas concrets.

Introduction générale

- Définition de la matière,
- Caractères généraux,
- Domaine du droit de travail,
- Sources de la matière.

1ere partie : Le contrat de travail

- Définition,
- Conclusion,
- Exécution,
- Modification,
- Rupture.

2eme partie : Les relations collectives

- Les syndicats professionnels et la négociation collective,
- Les institutions représentatives du personnel,
- Le statut des salariés protégés,
- Le droit d'expression des salariés,
- Les conflits collectifs.

3eme partie : La réglementation du travail

- La durée du travail et son aménagement
- Le repos et les congés.

METHODE DE TRAVAIL :

Cours, travaux pratiques

PROFESSEUR REFERENT :

FADEUILHE Pierre
occfad@free.fr

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
LANGUES ET COMMUNICATION	**ENGLISH - Cursus 1 – Préparation au TOEIC** **30 heures**

Ce cours est destiné à tout stagiaire qui n'a pas encore obtenu 750 points au TOEIC

OBJECTIFS :

- Se donner toutes les chances d'obtenir 750 au TOEIC, condition requise pour le diplôme de l'ESC Toulouse, à travers une préparation extensive.

CONTENU DU PROGRAMME :

- « Listening » : comprendre l'anglais parlé des pays anglophones, avec le vocabulaire commercial, les expressions de tous les jours et les différents accents.
  - Stratégies d'écoute – comment marquer un point sans tout comprendre.
  - Tactiques pour améliorer son score
  - Pratique de la concentration pendant 45 minutes avec des mini-tests et des examens blancs
- « Reading » : comprendre des textes non techniques (annonces, plans, menus, lettres d'affaires, articles de magazine, articles de presses, publicités) et d'autres documents commerciaux.
  - Techniques de lecture
  - Maîtrise de gestion du temps pour la partie « Reading »
- « Grammar » : revoir tous les bases de la grammaire nécessaires pour réussir cet examen.

BIBLIOGRAPHIE :

Oxford Preparation for the NEW TOEIC – OUP 2007
Tactics for TOEIC – OUP 2007
Preparation for the NEW TOEIC – Longman 2007

METHODE DE TRAVAIL :

Alternance de cours en présentiel (14 heures) et en e-learning (14 heures)
Cours interactifs
CD
Méthodes de grammaire
Entraînement au passage du test

PROFESSEUR REFERENT:
Sarah TIRARD
☎ :05-62-57-66-61
s.tirard@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**English – Cursus 2**
LANGUES ET COMMUNICATION	*Communication in English*
	30 heures

This course is exclusively open to only those trainees who have obtained 750 TOEIC points.

OBJECTIVE :

- Familiarize students with the English – speaking corporate world.
- Learn the language and know-how of international business.
- Be able to speak « naturally » in public on corporate issues.
- Improve creative writing.
- Project work.

CONTENTS :

Subjects explored will include: communication, marketing and sales, HR, International Business …

- The language of international business; vocabulary and up-to-date expressions.
- Work on effective creative writing.
- Review of grammar and advanced exercises.

BIBLIOGRAPHY :

BUSINESS AS UNUSUAL, by Anita RODDICK, Thorsons, 2000.
UNDERSTANDING CULTURAL DIFFERENCES, by HALL & HALL, Intercultural Press, Inc.
NEW INSIGHTS INTO BUSINESS, Graham Tullis and Tonya Trappe, Longman, ESSEX. 2000

TEACHING METHODS :

14 hours of face-to-face teaching and 14 hours of e-learning
Research and reporting techniques.
Video, discussions and debates.
Role-plays, simulations.
Presentations; coaching in effective oral and written expression.
Mini case studies.
Problem solving exercises.

PROFESSOR :

Anne ALIBERT
☎ 06 86 40 69 88
aliberta@ensat.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
ECONOMIE / FINANCE	**Finance d'entreprise / Corporate Finance** **30 heures**

OBJECTIFS :

Ce module vise à donner aux étudiants une formation tant fondamentale qu'opérationnelle à la Finance d'Entreprise et à la Théorie Financière. Une méthodologie rigoureuse de sélection des projets d'investissement de l'entreprise sera exposée et mise en œuvre. La connaissance des divers modes de financement et de leur coût réel fait également partie de ce module.
Parallèlement, il s'agit de développer une méthode rigoureuse d'analyse des problèmes économiques et financiers. On s'appuiera sur une étude des fondements théoriques de la Finance de Marché moderne. Renoncer à la théorie serait de renoncer à l'explication du fonctionnement des marchés de capitaux. Toutefois, les connaissances théoriques acquises par l'étudiant seront sans cesse utilisées à la résolution de problèmes financiers pratiques.

CONTENU DU PROGRAMME :

Première partie (en français) – 15 heures

I. Quelques notions de base de mathématiques financières
1. La capitalisation
2. L'actualisation
3. Quelques exemples d'application

II. Choix d'investissement et critère de rentabilité
1. Détermination des flux nets de trésoreries induits par la décision d'investissement.
2. Les méthodes de choix d'investissement basées sur la rentabilité : la règle du Délai de Récupération du Capital Investi, la règle de la Valeur Actualisée Nette (VAN), la règle du Taux de Rendement Interne (TRI)
3. Méthodologie du choix d'investissement en avenir certain

III. Modes de financement
1. Financement par fonds propres
2. Financement par émission d'obligations
3. Financement par endettement bancaire classique
4. Financements spécialisés (crédit-bail, lease bail)

BIBLIOGRAPHIE :

R. BREALEY et S. MYERS : Principes de gestion financière des entreprises - 7e édition– PEARSON Education 2003 (ou le même ouvrage en anglais, 7ème édition, édition McGraw-Hill)

METHODE DE TRAVAIL :

Animation de cours + Cas

Second part (in English) – 15 hours

In the first part of the Corporate Finance module you focus on how financial decisions can be studied under certainty (i.e. when the rate of return is regarded as constant). In this second part, we introduce the concept of investment risk. This will lead to studying the way risk can be measured and diversified, and then to an equilibrium relationship between risk and return. The result will be understanding what determines the cost of capital for companies and for individual projects. We will conclude by discussing the efficiency of financial markets.

The lectures will adhere very closely to *Principles of Corporate Finance* (*PCF*) by Richard Brealey and Stewart Myers (the leading finance textbook worldwide). *PCF* is now in its 7th U.S. edition, and a French translation of the 7th edition has recently appeared. Note that in many cases, the latest French edition substitutes U.S. examples with European ones. The course will cover chapters 7, 8, 9 and 13 of *PCF*.

CONTENTS :

I. Capital market history and average returns. Measuring risk. Calculating portfolio risk and return. Diversifiable and non-diversifiable risk. Beta. (*PCF* Chapter 7)
II. Portfolio optimization theory. Short-selling. Implementing portfolio optimization in practice. (*PCF* Chapter 8)
III. The Capital Asset Pricing Model (CAPM): assumptions, derivation, interpretation, application. (*PCF* Chapter 8)
IV. Estimating betas. Cost of capital (WACC). Practical issues in calculating cost of capital for companies and projects. The Holiport (Cani-Veau) mini-case. (*PCF* Chapter 9)
V. The concept of market efficiency. (*PCF* Chapter 13)

The 2003-04 online version of the course – including past exams – is available on http://www.corporatefinancetoulouse.com/Finance2_2003.htm (to access files, you will need the login: *cf*, and the password: *tls*). The grade is entirely determined by the final exam, which will consist of multiple-choice questions. Lecture notes, *PCF*, a calculator and a French-English dictionary will be allowed for the exam.

BIBLIOGRAPHY :

RICHARD BREALEY AND STEWART MYERS, *Principles of Corporate Finance*, McGraw-Hill (5th, 6th or 7th edition, in English or in French)

TEACHING METHODS :

Lecture and optional tutorial sessions

PROFESSEUR REFERENT :

ROUSSELOT Philippe
☎ 05-61-29-49-41
p.rousselot@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
LANGUES ET COMMUNICATION	**Initiation à la Culture chinoise** **30 heures**

OBJECTIFS :

Initiation à la langue et à la culture chinoises.

CONTENU DU PROGRAMME

Les thèmes suivants seront étudiés : savoir se présenter, la date et l'heure, l'alimentation, les achats, le restaurant, l'hôtel, les loisirs, les transports, etc. en permettant d'acquérir les bases de la communication orale et écrite de la langue chinoise et de découvrir la culture du pays.

L'approche de la culture et de l'économie s'effectuera à l'aide de différents supports tels que : des photos, des images, des films, des cartes et des objets qui permettent de mieux comprendre et assimiler l'enseignement.

1) Une conception simple sur la Chine.
2) Un aperçu de la géographie, de l'histoire et de la philosophie chinoise.
3) Le régime chinois et la division administrative.
4) L'économie chinoise :
   - économie socialiste
   - structure de l'économie chinoise,
   - croissance économique et macro régularisation,
   - banque et monnaie, loi économique, finance et impôts, assurance,
5) La coutume chinoise,
6) Le calendrier agricole chinois et les fêtes chinoises,
7) L'art chinois : la calligraphie et la peinture traditionnelle chinoise,
8) La médecine traditionnelle chinoise, la musique chinoise et l'opéra chinois.

BIBLIOGRAPHIE :

Conversation intensive, L. Pengpeng, F. Marc (Centenaire diffusion).

PROFESSEUR REFERENT :

LI Liuquing
li.liuqing@free.fr

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
LOGISTIQUE ET ORGANISATION	**Management des opérations** **15 heures**

OBJECTIFS :

- Etudier les problèmes posés par le management des opérations et identifier les méthodes de planification, d'organisation et de gestion pour y répondre.
- Les mettre en application à travers des exemples opérationnels.
- Montrer comment certains concepts et méthodes de management des opérations peuvent être transposés au secteur du Service.

CONTENU DU PROGRAMME :

- Techniques de prévision
- La planification – la logique MRP (Management des Ressources de Production)
- Concept et principes du « Lean manufacturing »
- Management de la qualité

BIBLIOGRAPHIE :

Ouvrages principaux

1. A. GRATACAP et P. MEDAN, *Management de la production : concepts, méthodes, cas*, Édition Dunod
2. N. SLACK, S. CHAMBERS et R. JOHNSTON, *Operations Management*, Prentice Hall.

Ouvrages complémentaires

3. G. BAGLIN, O. BRUEL, A. GARREAU, M. GREIF et C. V. DELFT, *Management Industriel et Logistique*, Édition Economica.
4. W. J. STEVENSON, *Production Operations Management*, 6th edition, McGraw-Hill.
5. A. COURTOIS, M. PILLET et C. MARTIN, *Gestion de la production*, Éditions d'Organisation.
6. G. JAVEL, *Pratique de la Gestion Industrielle : organisation, méthodes et outils*, Édition Dunod.
7. H. BRANDENBURG et J-P. WOJTYNA, *L'approche processus : mode d'emploi*, Les Édition d'Organisation.
8. S. SHINGO, *Le système SMED*, Les Éditions d'Organisation.
9. S. SHINGO, *Le système Poka-Yoke : zéro défaut = zéro contrôle*, Les Éditions d'Organisation.
10. H. J. HARRINGTON, *Le coût de la non-qualité*, Éditions Eyrolles.
11. E. GOLDRATT et J. COX, Le but, *un processus de progrès permanent*, Édition AFNOR.
12. J. SEGOT et C. GASAUET, *Assurer le passage à la norme ISO 9001-version 2000 : En route vers l'excellence*, Edition Afnor.

METHODES DE TRAVAIL :

Cours avec exercices d'application.

PROFESSEUR REFERENT :

OKONGWU Uche
☎ : 05 61 29 48 62
u.okongwu@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
RESSOURCES HUMAINES	**Management des Ressources Humaines** **30 heures**

OBJECTIF :

Responsable de la performance de son équipe, le manager doit gérer au mieux son personnel. Il lui faut ainsi s'inscrire avec cohérence dans la politique RH de son entreprise, participer aux démarches globales de GRH, utiliser de façon pertinente les outils qui y sont associés, tout en respectant le cadre institutionnel. Le parti pris est que la fonction RH n'est ni seulement une affaire de spécialiste, ni une fonction partagée reposant à 100% sur la ligne managériale. Elle nécessite la collaboration efficace d'une fonction RH interne ou externalisée, avec les managers.

CONTENU DU PROGRAMME :

- Les théories de la motivation et la satisfaction au travail
- Définir les postes
- Recruter
- Fixer des objectifs et évaluer
- Développer les compétences
- Rémunérer équitablement
- Prendre des sanctions appropriées

BIBLIOGRAPHIE :

AUBERT, Nicole, Diriger et motiver, Editions d'Organisation, 1997
BELLIER, Sandra, Modes et légendes au pays du management, Vuibert, 1997
CADIN, Loic, GUERIN, F., PIGEYRE, F., Gestion des Ressources Humaines, Dunod, 2002
DEJOURS, Christophe, Souffrance en France, la banalisation de l'injustice sociale, Seuil, 1998
DURAS, Sylvie (dir.), Memo Social, Editions Liaisons, 2004
ENREGLE, Y., Précis de Gestion Sociale, Editions d'Organisation, 1993
LAPIERRE, Laurent, Imaginaire et leadership, éd. Québec Amérique, 3 volumes, 1992 1993 1994
MINTZBERG, Henry, Le management, Editions d'Organisation, 1990

MÉTHODE DE TRAVAIL

Cours
Etudes de cas

PROFESSEUR REFERENT :

KLARSFELD Alain
☎ 05-61-29-48-94
a.klarsfeld@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Modules et heures :**
MARKETING	**Mise en œuvre des politiques marketing** **30 heures**

OBJECTIFS

Ce module a pour objectif de présenter les différents leviers d'actions stratégiques à la disposition du responsable marketing.
Il est articulé autour de deux sous – modules, le premier (SM1) étant consacré à la stratégie relative à l'offre de marché, et le second (SM2) au plan d'actions de commercialisation et de communication.

A la fin de ce module, les étudiants devront être en mesure de :

SM1 :

- Apprendre à analyser un portefeuille de produits/services dans les différents contextes, des marchés grand public et professionnels et à élaborer une politique de gamme.
- Comprendre le rôle de la marque dans la stratégie marketing.
- Connaître et comprendre le rôle de la variable prix dans la stratégie Marketing

SM2 :

- Apprendre à analyser les différents circuits de distribution afin de pouvoir élaborer une stratégie de distribution pertinente.
- Comprendre la démarche de stratégie de communication;
- Connaître les principales techniques de communication.

CONTENU DU PROGRAMME

SM1 : stratégie d'offre

- La notion de produit
- Gestion et stratégie Produit
- La politique de marque
- Stratégie de prix
- Cas d'application

16h

SM2 : stratégies commerciale et de communication

- Choix et animation des circuits de distribution
- La stratégie de communication
- Les techniques de communication

12h

BIBLIOGRAPHIE

- Kotler Ph., Dubois B, Manceau D. (2004), "*Marketing Management*", Pearson Education, 11e ed.
- Malaval Ph (2005), "*Marketing Business to Business*", Pearson Education.
- Kapferer J.N. (2002), *Les Marques à l'épreuve de la pratique*", Editions d'Organisation.
- Malaval Ph. (1998), "*Stratégie et gestion de la Marque Industrielle*", PubliUnion.

- Benoun M. et Heliès M-L (2003), "*Distribution, acteurs et stratégies*", Economica, 3e ed.
- Décaudin J.M. (2003), "*La Communication Marketing*", Economica.
- Malaval Ph et Décaudin J.M (2005), "Pentacom", Pearson Education.

METHODES DE TRAVAIL

Cours, lectures complémentaires, travaux dirigés et cas.

EVALUATION

Examen : mini cas et/ou exercices + des question de cours sur chacun des sous modules.

Documents, micros et calculatrices non autorisés.

PROFESSEUR REFERENT :

MIQUEL-BELAUD Nicole
☎ 05.61.29.49.24
n.miquel-belaud@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
MANAGEMENT DE L'INFORMATION	**Organisation des systèmes d'information** **15 heures**

OBJECTIFS :

Tous les processus de l'entreprise génèrent et vivent des flux d'informations. Le rôle du système d'information est d'optimiser ces flux en organisant les données, les hommes et les technologies pour améliorer la performance de l'entreprise.
Qu'il soit comptable, chef de produit ou logisticien, le gestionnaire doit savoir décrire, analyser et améliorer les systèmes d'information afin d'améliorer l'efficacité de son travail. L'objectif de ce module est d'apporter une méthode et un cadre de réflexion qui lui permet de le faire.

CONTENU DU PROGRAMME :

A la fin du module l'étudiant pourra :

- analyser un système d'information sur le plan informationnel, organisationnel et technique ;
- comprendre l'interrelation des systèmes d'information avec la stratégie, l'organisation et la culture de l'entreprise ;
- connaître le cycle de vie et les phases de mise en place d'un système d'information ;
- mettre en application une méthode professionnelle d'ingénierie de système d'information ;
- développer un système d'information informatisé avec MS Access

BIBLIOGRAPHIE :

Polycopiés de cours
LAUDON, K.C. ET J.P. LAUDON, Les systèmes d'information de gestion. Organisations et réseaux stratégiques, Pearson Education, 2001.

METHODE DE TRAVAIL :

Cours théoriques,
Travaux pratiques
Travail sur ordinateur (MS Access)
Analyse d'articles

PROFESSEUR REFERENT :

GUTHRIE Cameron
☎ : 05-61-29-49-83
c.guthrie@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
STRATEGIE	**Stratégie d'entreprise** **30 heures**

OBJECTIF :

L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants une initiation à la stratégie en présentant :

- Les principales alternatives stratégiques auxquelles une direction générale est confrontée
- Les facteurs internes et externes qui influencent les choix
- Les outils d'aide à la décision

A l'issue du module, les étudiants seront capables :

- D'identifier les choix stratégiques réalisés par une entreprise
- De comprendre les raisons qui ont conduit à ces choix
- De mesurer les conséquences des choix et les conditions de succès
- D'utiliser les outils d'aide au diagnostic et d'aide à la décision

PROGRAMME :

Séance 1 :	Introduction générale
Séance 2 :	Stratégie et contraintes environnementales
Séance 3 :	La stratégie de domaine : l'avantage concurrentiel (1)
Séance 4 :	La stratégie de domaine : l'avantage concurrentiel (2)
Séance 5 :	Stratégie de domaine et type d'environnement concurrentiel
Séance 6 :	La problématique de la croissance Stratégies de diversification
Séance 7 :	Stratégies de diversification (2) La gestion du portefeuille d'activités
Séance 8 :	Les stratégies internationales
Séance 9 :	Les stratégies d'intégration
Séance 10 :	Les modes de croissance

BIBLIOGRAPHIE :

- ATAMER T., CALORI R. (1993), *Diagnostic et décision stratégique*, Collection Dunod.
- JOHNSON G., SCHOLES K., WHITTINGTON R., FRERY F., (2005), *Stratégique*, 7ème edition, Pearson Education
- LEROY F. (2001), *Les stratégies d'entreprise*, Collection Topos, Edition Dunod
- PORTER M.E. (1982), *Choix stratégiques et concurrence : technique d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie,* Economica.
- PORTER M.E. (1986), *L'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, InterEditions.
- *STRATEGOR (collectif), Politique générale de l'entreprise : stratégie, structure, décision, identité*, (2005), 4ème édition, Edition Dunod.

METHODE DE TRAVAIL :

Les étudiants devront avant chaque séance lire les cas et répondre aux questions posées. Un PPT de présentation est demandé.

PROFESSEUR REFERENT :

FAVOREU Christophe
☎ 05 61 29 48 65
c.favoreu@esc-toulouse.fr

Formations avancées

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
RESSOURCES HUMAINES	**Communication interpersonnelle** **15 heures**

OBJECTIFS :

- Comprendre que la capacité à communiquer dépend d'abord d'une connaissance de soi et ensuite de la connaissance de l'autre
- Mieux faire face aux situations délicates dans un contexte professionnel
- Savoir clarifier les différentes sources de conflit
- Savoir créer un climat de communication positif
- Se connaître dans les situations managériales
- Développer son savoir convaincre

CONTENU DU PROGRAMME :

- Comprendre les langages non verbaux et verbaux
- Analyser les différentes « Positions de vie »
- Savoir identifier le triangle dramatique de Karpman
- Etudier les transactions quotidiennes et proposer solutions pour les situations bloquées
- Accroître sa finesse d'observation d'autrui
- Travailler sur l'importance du « feedback »

BIBLIOGRAPHIE :

A.T. Le Triple Moi JAOUI, Gysa. Editions Laffont, 1984.
Désamorcer les conflits par l'analyse transactionnelle, FOURNIER, J.Y. Organisations Editions, 2000.
Gestion opérationnelle des équipes, G. SEGUIN, Dunod, 2005
La communication efficace par la PNL, René de LASSUS, Marabout 1992

METHODE DE TRAVAIL :

Cours
Jeux de rôle/simulations

PROFESSEUR REFERENT :

Nom, prénom : ROUZET Emmanuelle
e.rouzet@free.fr

Pôle de compétences :	**Module et Heures :**
CONTROLE DE GESTION, COMPTABILITE, AUDIT	**Contrôle de gestion stratégique** **30 heures**

OBJECTIFS :

En complément des techniques étudiées lors du module de tronc commun (comptabilité analytique, processus budgétaire et reporting), ce deuxième volet propose d'aborder des approches plus transversales ou stratégiques du contrôle de gestion.

CONTENU DU PROGRAMME :

- Tableaux de bord stratégiques :
  Présentation théorique : finalités, principes fondamentaux, limites de la démarche
  Etude de cas

- Evaluation d'entreprise :
  Présentation des différentes méthodes d'évaluation à travers un cas réel

- Audit, contrôle et pilotage d'une fonction : les achats.

BIBLIOGRAPHIE :

Tableaux de bord et balanced scorecard, C.MENDOZA et al., Groupe Revue Fiduciaire, 2001.
Le tableau de bord prospectif, pilotage stratégique, les 4 axes du succès, R.KAPLAN, R.NORTON, Editions d'organisations, 1998.
Comment utiliser le tableau de bord prospectif, R.KAPLAN, R.NORTON, Editions d'Organisation 2001.
Théorie et pratique de l'Audit Interne, J. Renard, Ed. d'Organisation 4ème Edition, 2002.
Audit des Achats, C. Bouvier, Ed. d'Organisation, 1990.
Audit opérationnel, J.C. Becour et H. Bouquin, Ed. Economica 2ème Edition, 1996.
Mémento fiscal francis Lefebvre

MÉTHODES DE TRAVAIL :

Cours théoriques complétés par des exercices ou études de cas

PROFESSEUR REFERENT :

Evelyne MISIASZEK
☎ 05.62.57.66.71
e.misiaszek@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
ECONOMIE	**Économie Internationale** **30 heures**

OBJECTIFS :

- Maîtriser les outils d'observation et d'analyse de l'échange international et des paiements internationaux.
- Être capable de décrypter les mécanismes associant échanges internationaux et enjeux économiques et sociaux nationaux.
- Pouvoir comprendre et interpréter les articles de la presse généraliste et spécialisée sur les échanges internationaux.

CONTENU DU PROGRAMME :

Dossier I : Internationalisation des économies.

- 1e partie : L'évolution du commerce international depuis la 1914
- 2e partie : Les théories de l'échange international.
- 3e partie : Les acteurs des échanges mondiaux : Etat, FMN, Espaces régionaux (Union Européenne).

Dossier II : Les paiements internationaux de 1945 à nos jours.

- 1e partie : Le système de changes flottants.
- 2e partie : L'Europe monétaire.
- 3e partie : La globalisation financière.

METHODE DE TRAVAIL :

Cours interactifs sur la base de documents destinés à encourager réflexion et échanges d'idées.

PROFESSEUR REFERENT :

LECONTE Philippe
pleconte@saliege.com

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
RESSOURCES HUMAINES	**Management du changement** **15 heures**

OBJECTIFS :

- Appréhender les différentes approches théoriques de la conduite du changement
- Comprendre les mécanismes psychosociologiques du changement au niveau individuel et collectif
- Maîtriser les outils de communication nécessaires au management du changement
- Développer une stratégie de conduite de changement

CONTENU DU PROGRAMME :

1. Qu'est ce que le changement ?
   - Les approches théoriques du changement dans les organisations
   - La mécanique humaine du changement
   - La nature du changement
   - Le couple changement résistance
   - La conduite du changement au niveau individuel
   - La motivation et les valeurs personnelles
2. La mise en œuvre du changement : le phénomène de transition
   - Gérer la fin
   - La zone de passage
   - Le nouveau départ
3. Elaboration d'un plan de changement
   - Méthodologie et mise en pratique
   - La communication du manager
   - Importance de l'annonce d'un changement
   - Préparation de l'annonce

METHODE DE TRAVAIL :

- Apports conceptuels suivis d'exercices d'appropriation
- Jeux de rôle
- Etude de cas en atelier

PROFESSEUR REFERENT :

CABANNE Christophe
chris.cabanne@orange.fr

Pôle de compétences :	**Module et Heures :**
MARKETING	**Marketing international** **30 heures**

OBJECTIFS :

Découvrir l'implication du secteur d'activité sur la stratégie marketing et sur sa mise en œuvre.
Identifier les problématiques d la mise en œuvre d'une stratégie marketing dans un univers contingent.

CONTENU DU PROGRAMME :

- Le marketing des produits de grande consommation
- Le marketing business to business
- Le marketing des services
- Le marketing international

METHODES DE TRAVAIL :

Exposés magistraux
Exercices d'application
Etudes de cas

BIBLIOGRAPHIE

- Dubois P.L. et Jolibert A., Marketing, Economica, 2005
- Kotler Ph., Dubois B. et Manceau D., Marketing Management, Pearson Education, 2006
- Lambin J.J., Marketing stratégique et opérationnel, Dunod, 2002
- Lendrevie J., Lindon D. et Levy J., Mercator, Dalloz, 2006
- Malaval Ph., Marketing Business to Business, Pearson, 2006

PROFESSEUR REFERENT :

Nom, prénom DECAUDIN Jean-Marc
☎ 05-61-29-48-79
jm.decaudin@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et Heures :**
FINANCE	**Politique de financement des entreprises** **30 heures**

OBJECTIFS :

Comprendre la politique de financement des entreprises.
Maîtriser les mécanismes et les principaux outils et concepts de choix des méthodes de financement à long, moyen et court terme.
Ce cours est au carrefour de trois grands domaines : les systèmes d'information financier (du contrôle de gestion à la finance d'entreprise), les notions de base du fonctionnement des marchés des capitaux et les mécanismes de gestions des comptes bancaires français.

CONTENU DU PROGRAMME :

INTRODUCTION

- Des besoins de financement ou sources de financement.
- La nécessaire distinction entre long et moyen terme d'une part et cour terme d'autre part.

PREMIERE PARTIE : LA POLITIQUE DE FINANCEMENT A MOYEN ET LONG TERME

- Introduction : comment financer les investissements ?
- Le recours aux fonds propres : l'autofinancement et l'augmentation de capital
- Le recours aux emprunts obligataires
- Le recours au crédit bancaire a moyen et long terme
- Le recours au « leasing » ou crédit-bail
- Etude de cas : le groupe law
- Le plan d'investissement et de financement : élaboration et interprétation
- Etude de cas : le cas oh gabi !

DEUXIEME PARTIE : LA GESTION DE LA TRESORERIE A COURT TERME

- Comprendre les problèmes conjoncturels et structurels de la gestion de trésorerie
- Connaître les principes de techniques bancaires indispensables à la mis en place de la gestion de trésorerie
- Apprendre à gérer la trésorerie de l'entreprise en date de valeur
- Etude de cas : le cas CARDONIX
- Apprendre à financer les déficits de trésorerie
- Apprendre à placer les excédents de trésorerie

METHODES DE TRAVAIL :

Exercices d'application, Cas de synthèse

PROFESSEUR REFERENT :

ROUSSELOT Philippe
☎ 05-61-29-49-41
p.rousselot@esc-toulouse.fr

Pôle de compétences :	**Module et Heures :**
LOGISTIQUE ET ORGANISATION	**Stratégie de croissance durable** **15 heures**

OBJECTIFS

Par le jeu de mondialisation, d'alliances, d'acquisitions et d'intégration virtuelle, beaucoup d'entreprises évoluent aujourd'hui dans un environnement non seulement international et multiculturel mais aussi complexe et en perpétuelle évolution. Ceci remet parfois en cause les pratiques habituelles de management et nécessite que les managers aient une démarche globale et innovante des affaires et sachent fonctionner d'une façon transversale aussi bien au sein de leur organisation qu'avec les entreprises partenaires de leur supply chain.

Ce module a pour objectifs de permettre aux participants :

- de comprendre l'environnement économique et social dans lequel les entreprises interagissent aujourd'hui,
- d'avoir une approche innovante dans l'élaboration de leur stratégie,
- d'être acteurs dans la formulation des stratégies de croissance durable,
- de savoir traduire ces stratégies en projets opérationnels, à travers la « supply chain ».

CONTENU DU PROGRAMME

- Le développement durable (Responsabilité sociétale des entreprises / la théorie des parties prenantes, la globalisation, le commerce équitable)
- Les perspectives de la stratégie des opérations
- Les éléments d'une stratégie des opérations (capacité, technologique, supply chain management…)
- Concepts et techniques du Supply Chain Management
- Le Soutien Logistique Intégré et le « Life Cycle Cost »

BIBLIOGRAPHIE

1. CHOPRA S. et MEINDL P., Supply Chain Management (3ème Edition), Pearson-Prentice Hall.
2. SLACK Nigel et LEWIS M., *Operations Strategy*, Pearson Education Publishing.
3. AFNOR, *Développement durable, responsabilité sociétale des entreprises, guide pour la prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management de l'entreprise*, Editions Afnor.
4. CARY Paul, Le *Commerce Equitable, quelles théories pour quelles pratiques ?* L'Harmattan.
5. GARTEN Jeffrey E., *World view, global strategies for the new economy*, Harvard Business Review.
6. Harvard Business Review, *Les opportunités de croissance*, Editions d'Organisation.
7. IMBS Pia, *L'entreprise exposée à des responsabilités élargies*, Management et Société.

METHODE(S) DE TRAVAIL

Cours, études de cas

PROFESSEUR REFERENT :

Uche OKONGWU
☎ : 05 61 29 48 62
u.okongwu@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
STRATEGIE	**Stratégie et croissance de l'entreprise** **30 heures**

OBJECTIFS :

Approfondir les thèmes liés à la croissance de la firme. A l'issue du module, les étudiants auront une vision plus précise de la contingence, des voies et modalités de la croissance

CONTENU DU PROGRAMME :

Thème 1 : La croissance de l'entreprise et son contexte : 6 h
Les voies de la croissance
La croissance et l'industrie
La croissance et les parties prenantes :

Thème 2 : La gestion des entreprises à forte croissance : 6 h
Gestion des opportunités de croissance
Management de la croissance

Thème 3 : La croissance internationale : 9 h
Moteurs des stratégies d'internationalisation
Facteurs de réussite dans les environnements globalisés
Mise en œuvre des stratégies internationales

Thème 4 : Les modalités de la croissance de la firme : 9 h
La croissance externe : fusions – acquisitions
Les stratégies de coopérations inter-firmes

BIBLIOGRAPHIE

- ATAMER T., CALORI R. (1993), *Diagnostic et décision stratégique*, Collection Dunod.
- JOHNSON G., SCHOLES K., WHITTINGTON R., FRERY F., (2005), *Stratégique*, 7ème edition, Pearson Education
- LEROY F. (2001), *Les stratégies d'entreprise*, Collection Topos, Edition Dunod
- PORTER M.E. (1982), *Choix stratégiques et concurrence : technique d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie,* Economica.
- PORTER M.E. (1986), *L'avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, InterEditions.
- *STRATEGOR (collectif), Politique générale de l'entreprise : stratégie, structure, décision, identité*, (2005), 4ème édition, Edition Dunod.

METHODE DE TRAVAIL :

- Les étudiants devront avant chaque séance lire les cas et répondre aux questions posées. Un PPT de présentation est demandé.

PROFESSEUR REFERENT :

FAVOREU Christophe
☎ 05-61-29-48-65
c.favoreu@esc-toulouse.fr

Options Professionnelles

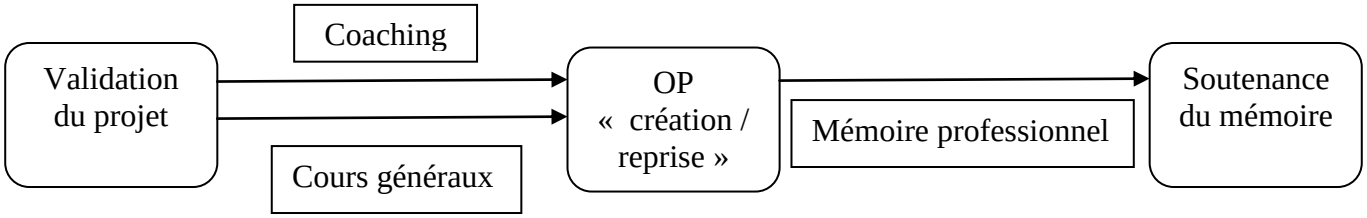
(*Une option au choix*
programme donné à titre indicatif)

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
CREATION / REPRISE D'ENTREPRISE	**OP « Création / Reprise d'entreprise »** **Nombre d'heures à déterminer**

OBJECTIFS :

Accompagner le porteur de projet tout au long du cursus académique en lui proposant d'une part les cadres conceptuels et les démarches spécifiques à la création/reprise d'entreprise et d'autre part des conseils opérationnels adaptés au contexte de son projet.

CURSUS PEDAGOGIQUE :



CONTENU DU PROGRAMME :

Le programme de l'OP est validé chaque année et éventuellement modifié sur avis du **Conseil Consultatif**. Cette instance est composée de représentants du programme et du groupe ESCT ainsi que de représentants du monde professionnel. Elle a pour mission la validation du programme du cursus mais aussi la représentation de ce cursus auprès des acteurs professionnels. Le Conseil Consultatif se réunit une fois par an.
Le **Comité Projets**, quant à lui, se réunit régulièrement au cours du cursus (fréquence semestrielle). Il a pour mission d'accompagner et de conseiller les porteurs de projets et il est composé de professeurs du groupe ESCT et de professionnels.

VALIDATION DU PROJET :

Dès qu'il le souhaite, le stagiaire peut présenter son projet au Comité Projets qui a pour mission d'une part de valider la pertinence du dossier et, d'autre part, de définir un calendrier de suivi pour toute la durée de la formation. Cette première étape peut intervenir soit au début de la formation soit à toute autre période en cours de cursus en fonction de la maturité du projet.

COURS GENERAUX :

L'ensemble des enseignements dispensés pendant la formation vont enrichir et structurer la réflexion du porteur de projet. Par ailleurs, lorsque des travaux personnalisés seront demandés aux participants, le porteur de projet sera incité, dans la mesure du possible, à les réaliser dans le contexte de sa future activité.

COACHING :

Le Comité Projets se réunit une fois par semestre pour évaluer l'état d'avancement du projet et conseiller le stagiaire. Au-delà de ces jalons, d'autres rendez-vous ponctuels pourront être organisés sur les heures de coaching classiques dont disposent les apprenants.

MEMOIRE :

La problématique du mémoire sera définie en cohérence avec l'avancement du projet.

PARTENAIRES PROFESSIONNELS :

Partenaires pressentis pour siéger au Conseil Consultatif ou au Comité Projets :

- Voir chaire entrepreneuriat (JE)
- KMPG
- IES
- Boutique gestion
- OSEO
- CGPME
- IRDI,……

PROFESSEUR REFERENT :

A définir.

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
MANAGEMENT DE PROJET	**OP « Management de projet »** **90 heures**

OBJECTIFS

Quel est le point commun entre la construction d'une usine, le lancement d'un nouveau produit et la conception d'un logiciel ? Ce sont tous des projets. Nos sociétés modernes sont devenues des sociétés de projets. Tout y est projet ! Et tous les projets se doivent d'être réalisés avec de bons niveaux de performance tant en termes de délais, de coûts que de qualité. Pour relever ces défis, il existe une fonction qui consiste à concevoir, définir et réaliser ces projets de manière structurée : le management de projets.

Cet enseignement cherche à sensibiliser les participants aux particularités du travail de groupe sur un thème donné avec des contraintes temporelles et économiques. L'accent est mis sur les techniques de gestion de projets (organisation, découpage, phasage) et sur leur mise en œuvre.

Cet enseignement a pour objectif de transmettre aux participants des capacités leur permettant de :

- Définir les tâches à réaliser pour mener à bien un projet ;
- Organiser les parties prenantes (définition, rôles et responsabilités) et le phasage d'un projet (cycle de vie) ;
- Réaliser une planification initiale et un suivi projet (délai et ressources) ;
- Identifier et gérer les risques dans un projet ;
- Evaluer et maîtriser les coûts d'un projet ;
- Gérer les relations interpersonnelles dans un projet ;
- Piloter et rendre des comptes sur un projet.

A l'issue de cet enseignement, les participants doivent être capables de maîtriser les principales techniques de l'organisation et du management de projets.

CONTENU DU PROGRAMME

L'option Management de projet est composée de 10 modules :

1. La planification initiale (12h - F. Dournes) : ce module s'intéresse à la planification d'un projet en termes de ressources et de délais (Cours et TP sur un outil de Gestion de Projet).
2. Définition, structuration d'un projet (identification du besoin, WBS, fiches tâches, etc.) : 4h - M. Lauras
3. Le suivi projet (8h - F. Dournes) : ce module s'intéresse au suivi d'un projet (pilotage) en termes de ressources et délais (Cours et TP sur un outil de Gestion de Projet).
4. Les outils de Gestion de Projet (4h - F. Dournes) : ce module présente différents outils existants pour gérer les projets et disposant d'approches différentes (Cours et démonstrations).
5. Gestion des risques en projet (4h - S. Bougaret) : ce module développe les méthodes permettant d'identifier et de maîtriser les risques associés à un projet (Cours).
6. Management des équipes en projet (8h - S. Bougaret) : ce module développe les méthodes de gestion des composantes humaines d'un projet (Cours et jeu de rôle).

7. Contrôle économique des projets (10h - C. Hervé) : ce module s'intéresse à l'évaluation et à la maîtrise des éléments économiques d'un projet (Cours et exercices).
8. Communication et Tableau de bord (4h - S. Bougaret) : ce module présente les principaux modes de communication et de restitution des performances d'un projet (Cours).
9. Gestion de portefeuilles de projets (4h - S. Bougaret) : ce module ouvre quelques perspectives sur la gestion d'un ensemble de projets et sur les méthodes associées (Cours).
10. Etude de cas (30h - M. Lauras) : ce module vise à mettre en application l'ensemble des capacités acquises dans les modules précédentes par le biais d'une application concrète (Mini Projet).

Une conférence sera également proposée aux participants pour leur permettre de disposer d'un retour d'expérience industrielle.

BIBLIOGRAPHIE

- International Organization for Standardization (ISO). ISO 10006:2003 standard: Quality management systems - Guidelines for quality management in projects, 32, 2003.
- PMI Standards Committee, 1996. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. PMI Publishing Division.
- Successful project management : a step-by-step approach with practical examples / ROSENAU Milton D. ; GITHENS Gregory D.. -Hoboken (US-NJ) : JOHN WILEY, 2005. - 360 p.
- Risk management : Concepts and guidance / PRITCHARD Carl L.. ESI INTERNATIONAL, 1997
- Techniques de planification de projets / VALLET Gilles. DUNOD, 1996
- Techniques d'analyse de projets / VALLET Gilles. DUNOD, 1995
- Techniques de suivi de projets : Assurer les conditions d'achèvement d'un projet / VALLET Gilles. DUNOD, 1997
- Le kit du chef de projet, 3e édition / MARCHAT Hugues, EYROLLES, 2007

MODALITES D'EVALUATION

- Etude de cas par groupe (50 %)
- Devoirs sur table individuel (50 %)

INTERVENANTS :

- Mme Sophie BOUGARET, Consultante (MANAGEOS) / Professeure associée (ENSIACET)
- M. Christian HERVE, Consultant (PECH') / Professeur Associé (ENSIACET)
- M. Francis DOURNE, Consultant (HIGHWARE)
- M. Matthieu LAURAS, Consultant (AGILEA) / Enseignant-Chercheur (Ecole des Mines)

PROFESSEUR REFERENT :

Matthieu LAURAS (matthieu.lauras@agilea.fr)

Formations transverses

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
CAPITOLIS	**Accompagnement personnalisé** **5 Heures de coaching**

OBJECTIFS :

- Faciliter, accompagner la réflexion sur l'évolution professionnelle du stagiaire,
- Valoriser au mieux la combinaison entre l'expérience antérieure et la formation reçue,
- Consolider l'acquisition des connaissances dans des disciplines difficiles.

CONTENU DU PROGRAMME ET METHODE :

Chaque étudiant dispose d'un crédit total de 5 heures, pour des contacts avec des professeurs, en tête à tête. Ils peuvent utiliser ces « droits de cours » à leur guise par crédit de ½ heure ou d' 1 heure, de manière à :

- soit approfondir un cours, un concept, un modèle,
- soit s'informer sur la pertinence de leurs hypothèses ou choix de carrière professionnelle,
- soit s'appuyer sur des aspects pour la construction de leur mémoire de recherche.

Chaque entretien donne lieu à l'établissement d'un compte-rendu signé par les deux parties, le professeur et l'étudiant.

PROFESSEUR REFERENT :

MISIASZEK Evelyne
☎ 05-62-57-66-71
e.misiaszek@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
CAPITOLIS	**Construire son projet professionnel** **20 heures**

OBJECTIFS :

- Profiter des 20 mois de la scolarité de « Sup de Co en formation continue » pour construire, redéfinir, préciser, ajuster son projet professionnel.
- Mettre à profit les choix ouverts par le programme—Option Professionnalisante, mémoire de recherche, coaching, pour confirmer la crédibilité du projet professionnel et le négocier au mieux avec les parties concernées.

CONTENU DU PROGRAMME :

- S'informer sur les carrières et les parcours professionnels
- Rapprocher le projet de vie et le projet professionnel
- Explorer le champ des domaines pouvant donner lieu à un mémoire de recherche
- Argumenter le choix du sujet de mémoire
- Choisir son tuteur, son parrain
- Préparer le choix de l'Option Professionnelle
- Valoriser le mémoire de recherche et la soutenance du mémoire dans le cadre pédagogique et dans le contexte professionnel

METHODE DE TRAVAIL :

Alternance de cours, de présentations par les étudiants, d'entretiens individuels avec les responsables pédagogiques

Préparation à la définition du sujet du mémoire de recherche, à l'expression de la problématique, aux choix méthodologiques, à la construction du plan, à l'exposé oral.

14 séances de 1h à 2 heures, pour un total de 20 heures

PROFESSEUR REFERENT :

MISIASZEK Evelyne
☎ 05-62-57-66-71
e.misiaszek@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
CAPITOLIS	**Mémoire de recherche** **5 Heures de coaching**

OBJECTIFS :

En conclusion de la scolarité, la réalisation du mémoire de recherche et sa soutenance orale représentent un aboutissement logique de ce long cycle pédagogique. Mais cet aboutissement doit aussi être un premier pas, voire un tremplin vers une mutation professionnelle souhaitée et probable. Le mémoire de recherche permet d'apprécier l'aptitude de l'étudiant à prendre du recul, conceptualiser, mobiliser les nouvelles connaissances acquises, établir une synthèse critique et proposer des solutions opérationnelles.

CONTENU DU PROGRAMME :

Le mémoire de recherche correspond à une réflexion qui énonce et analyse une problématique managériale, et qui l'illustre à partir des résultats des enquêtes, des investigations, de retours d'expérience ou tests conduits par l'étudiant dans son entreprise ou dans d'autres.

Cette problématique doit :

- répondre à une préoccupation ou à un objectif directement lié à la mission professionnelle ou aux objectifs professionnels futurs,
- ou bien répondre à un besoin d'études, indépendant de la mission effectuée mais offrant une utilité directe pour l'entreprise, ou pour un projet personnel futur du style « création ou reprise d'une entreprise ».

La démarche de travail permet de concilier approche académique et réflexion à partir du terrain à travers les étapes suivantes :

- ✓ Choisir un sujet :
  - ✓ Une problématique managériale
  - ✓ Et une question de recherche
- ✓ Réaliser une revue de littérature
  - ✓ Un état de l'art sur le thème
  - ✓ Et une synthèse critique
- ✓ Analyser le terrain
  - ✓ Une confrontation des pratiques observées aux approches théoriques
  - ✓ Et des recommandations éventuelles

METHODE DE TRAVAIL :

L'étudiant doit travailler en totale autonomie, que ce soit pour le choix de la problématique, la recherche bibliographique ou la planification de ses travaux. Cependant il est encadré, à travers des heures de coaching, par un professeur-tuteur qui s'assure de la pertinence académique et méthodologique. Il est également accompagné par un parrain, représentant du monde professionnel (souvent l'entreprise d'appartenance du stagiaire), qui le guide dans sa réflexion sur les problématiques opérationnelles.

PROFESSEUR REFERENT :

Evelyne MISIASZEK
☎ 05.62.57.65.82
e.misiaszek@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
STRATEGIE	**Préparation au Grand Écrit** **15 heures**

Cette séquence constitue un entraînement spécifique à l'épreuve du Grand Ecrit. Elle s'appuie sur 5 cas de Stratégie qui vont servir à approfondir les concepts de stratégie mais aussi à présenter des problématiques stratégiques très différentes que l'on rencontre souvent dans le monde contemporain.

Séance n°1 : **COURS et MÉTHODES**

Contenu :

1. Sous quel angle aborder le cas.
2. Comment lire le cas, identifier une problématique et valider de la problématique.
3. Restitution de l'analyse et des recommandations. Deux méthodes : "Pyramid thinking" versus méthode itérative.
4. Rappels sur le diagnostic par activité et diagnostic de portefeuille pour le cas André.

Séance n° 2 : **Cas *André***

Contenu :

- Discussion autour des présentations des étudiants
- Eléments de correction du cas.
- Cours sur le vecteur de croissance et les modes de croissance, pour le cas Vivendi/Seagram.

Séance n° 3 : **Cas *Vivendi/Seagram***

Contenu :

1. Discussion autour des présentations des étudiants
2. Eléments de correction du cas.
3. Cours sur les marchés contestables, la croissance supportable et le recentrage pour le cas France Telecom.

Séance n° 4 : **Cas *France Telecom***

Contenu :

1. Discussion autour des présentations des étudiants.
2. Eléments de correction du cas.
3. Cours sur les alliances versus les fusions acquisitions et les enjeux du “post merger". Rappels sur la notion de “strategic fit“ à partir du paradigme d'économie industrielle. En préparation du cas Air France / KLM.

Séance n° 5 : ***Cas Air France / KLM***

Contenu :

1. Discussion autour des présentations des étudiants.
2. Eléments de correction du cas.
3. Rappels sur les méthodes de diagnostic, typologie des “grandes problématiques" et conseils pour le Grand Ecrit.

PROFESSEUR REFERENT :

FAVOREU Christophe
☎ 05-61-29-48-65
c.favoreu@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
STRATEGIE	**R.A.S (Rapport Analyse Stratégique)** **5 heures de tutorat**

OBJECTIFS :

Les élèves doivent mettre en œuvre un diagnostic stratégique sur une firme afin d'évaluer sa capacité à créer de la richesse, par consolidation ou renforcement de sa position sur les marchés existants et / ou par diversification vers de nouveaux domaines. Ils doivent pour cela faire un diagnostic par activité afin d'élaborer un plan de recommandation à partir d'un diagnostic de portefeuille.

Cette étude stratégique est faite sur une entreprise choisie par l'équipe pédagogique.

MOYENS :

Ce travail est fait par le biais d'une étude strictement documentaire sur la base de données sectorielle et de données internes officielles et publiques. Il ne nécessite aucun contact physique avec des cadres de l'entreprise.

Les analyses se font par simple exploitation des méthodes et outils d'analyse développés durant les enseignements de stratégie.

La finalité de ce travail consiste, à partir d'une évaluation des positions de la firme sur les domaines occupés et des cash-flows libres qu'elle y pourra dégager, à proposer un ensemble de recommandations et à savoir si elle peut être en mesure d'envisager un processus de diversification.

Les élèves se constituent en groupe, font le travail de collecte documentaire, définissent la problématique de leur analyse, avec un plan de validation et de démonstration qui est développé dans un dossier d'une vingtaine de pages.

Des réunions de travail sont organisées avec le professeur tuteur pour structurer le dossier.

PROFESSEUR REFERENT :

FAVOREU Christophe
☎ 05-61-29-48-65
c.favoreu@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et heures :**
STRATEGIE	**SESAME** **12 heures de tutorat**

Les étudiants travaillent sur la même firme que celle qu'ils ont étudiée lors du RAS. Grâce à cette méthode pédagogique, ils ont développé une solide expertise sur les secteurs occupés par la firme et les secteurs adjacents. Ils ont acquis une bonne connaissance des capacités développées par la firme durant sa croissance et, par conséquent, du "stock" de ressources tangibles et intangibles emmagasinées dans sa chaîne de valeur.

OBJECTIF :

Dotés de ces connaissances les étudiants peuvent alors se lancer dans une mission de conseil et valiser ou non le projet de diversification que leur client veut mettre en place.

Mission :

1. Savoir s'il est opportun pour la firme de se diversifier et si elle est en mesure de le faire.
2. Évaluer les facteurs d'attractivité du secteur dans lequel elle souhaite se lancer.
3. Définir les conditions d'entrée dans ce secteur et définir les risques exogènes d'une telle diversification.
4. Définir la proposition de valeur à élaborer et le modèle économique à mettre en place pour construire une position solide.
5. Voir si la firme est en mesure de mettre en œuvre un tel modèle économique et mettre en avant les éventuelles ressources manquantes.
6. Si la chaîne de valeur est incomplète, voir si la firme peut récupérer les ressources manquantes et si oui, comment ?
7. Une fois définie la proposition de valeur que devra faire la firme et le processus de construction du modèle économique optimal, construire un Business Plan à trois ans.

Cette mission débouche sur un plan de recommandations pour pouvoir pénétrer le secteur avec succès et sur un éventuel plan de financement pour la construction de la chaîne de valeur. Le Business Plan permet de "séduire" ou de rassurer différentes parties prenantes et les éventuels investisseurs.

MOYENS :

Le travail est assuré par les mêmes équipes qui ont réalisé le RAS, afin de capitaliser sur les effets d'expérience.
Sur le plan pédagogique, le travail se fait avec la contribution de l'entreprise cliente qui apporte des informations "plus confidentielles" pour permettre des analyses plus précises. Des "points" sont organisés avec l'entreprise pour valider la pertinence des analyses faites par les élèves consultants au cours des différentes étapes de la mission.
Les enseignants assurent l'encadrement académique et méthodologique.

PROFESSEUR REFERENT :

FAVOREU Christophe
☎ : 05-61-29-48-65
c.favoreu@esc-toulouse.fr

Pôle de Compétences :	**Module et Heures :**
STRATEGIE	**Simulation de Gestion - MIRAGE** **15 heures**

OBJECTIFS :

- Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise, définir la stratégie à mettre en place et en réaliser la mise en œuvre
- Analyser l'impact des décisions stratégiques et de l'environnement concurrentiel sur les résultats de l'entreprise
- Appréhender la complexité de la mise en oeuvre d'une décision stratégique

CONTENU DU PROGRAMME :

- Présentation des enjeux et du fonctionnement de la simulation de gestion
- Présentation de la construction d'un modèle économique et d'un business plan
- Analyse période par période des résultats obtenus par chaque firme
- Analyse de la dynamique concurrentielle de l'univers

BIBLIOGRAPHIE :

Manuel de Mirage

METHODE DE TRAVAIL :

Travail en groupe autour d'un logiciel de simulation de gestion.

PROFESSEUR REFERENT :

JEANBLANC Pierre
pierre.jeanblanc@wanadoo.fr